

Vak: Operationele Marketing

credits: 5

Vakcode	CEMB19OMK	Werkvormen	Hoorcollege
Naam	Operationele Marketing	Toetsen	Operationele Marketing - Computer, organisatie ToetsCentrum
Studiejaar	2026-2027		
ECTS credits	5		
Taal	Nederlands		
Coördinator	H.J. Pijbes		

Leeruitkomsten**Leeruitkomsten:**

Na afloop van deze cursus kan de student:

1. op analytische wijze de macro- en meso-omgeving in kaart brengen aan de hand van een casus, met gebruik van passende modellen;
2. aantonen de functionele gebieden van een onderneming te doorgronden en deze vertalen naar een analyse op microniveau, getoetst aan een casus (competentie 5);
3. binnen een marketingomgeving het kernissue van de onderneming bepalen en dit onderbouwen met geschikte modellen;
4. verschillende tactische opties formuleren, deze beargumenteerd afwegen en onderbouwen welke optie de voorkeur heeft, waarbij doelstellingen SMART worden geformuleerd.

Inhoud**Niveau:**

Verdiepend

Inhoud:

De student laat zijn kennis zien op het gebied van analyse, strategie, tactiek en implementatie en kan het tactische marketingbeleid van een onderneming vertalen naar de marketingmix en een geïntegreerde tactische marketingcommunicatieplanning (zie gerelateerd vak). Daarnaast is de student in staat zijn eigen werkomgeving te analyseren en deze te verbinden aan de theorie, bijvoorbeeld door middel van newsletters.

Studiemateriaal:

Zie Brightspace of intranet.

Opgenomen in opleiding(en)

Commerciële Economie Deeltijd

School(s)

Ondernemen, Communicatie & Marketing